

Hubungan Antara Body Image Dengan Perilaku Komunikasi Nonverbal (Studi Pada Mahasiswa FISIP UNTAD, Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2013).

Marawati¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisip – Universitas Tadulako

Jln. Soekarno hatta Km. 9 kota Palu, Sulawesi Tengah

Email : Marawaty92@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan signifikan antara body image dengan perilaku komunikasi nonverbal, studi pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2013 FISIP UNTAD. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif dengan dasar penelitian survei. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako (Fisip Untad, Prodi ilmu komunikasi angkatan 2013), kampus bumi kaktus Tondo. Variabel yang diteliti adalah variabel *independen* yaitu body image, serta variabel *Dependent* yaitu perilaku komunikasi nonverbal.

Populasi penelitian berjumlah 131 orang, kemudian sampel penelitian diambil sebanyak 56 responden yang menggunakan teknik *simple random sampling*. Sebagai alat pengumpulan data dan pengujian hipotesis menggunakan rumus *Korelasi Pearson's Product Moment*.

Hipotesis (dugaan awal) yang diajukan dalam penelitian ini adalah H_a : terdapat hubungan yang signifikan antara body image dengan perilaku komunikasi nonverbal, mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2013, Fisip Untad. Dan H_o : tidak terdapat hubungan antara body image dengan perilaku komunikasi nonverbal, mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2013, Fisip Untad.

Hasil dari r_{hitung} sebesar 0.907, sedangkan nilai r_{tabel} 0,259. Hal ini menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,907 > 0,259$, maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel body image terhadap variabel perilaku komunikasi nonverbal, pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2013, Fisip Untad. Artinya hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak.

Kata Kunci : Perilaku, Komunikasi, Nonverbal

Submisi : 27 April 2017

PENDAHULUAN

Pada dasarnya dalam kehidupan manusia bahwa manusia tidak dapat tidak berkomunikasi. Manusia merupakan makhluk sosial yang akan berkomunikasi satu sama lain, entah itu berkomunikasi secara langsung, tidak langsung ataupun tulisan, secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain ataupun perilakunya sendiri.

Menurut teori antropologi tentang komunikasi, dalam Purwanto (2008 : 7) sebelum manusia menggunakan kata-kata, manusia telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh (*body language*) sebagai alat berkomunikasi dengan orang lain. Sering kali masyarakat mempunyai pandangan bahwa dalam berkomunikasi, komunikasi secara verbal yang paling penting dan sering dilakukan dalam berkomunikasi padahal justru sebaliknya nonverbal yang lebih berpengaruh dan paling sering kita lakukan dengan spontan, cepat dan di luar kesadaran kita dalam

berkomunikasi dalam faktanya penelitian telah menunjukkan bahwa 80% komunikasi antara manusia dilakukan secara nonverbal. Bahkan ada frase yang menunjukkan pentingnya bahasa nonverbal “Bukan apa yang ia katakan, melainkan bagaimana ia mengatakan”.

Dalam komunikasi antar manusia tak dipungkiri lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal daripada bahasa verbal, karena bahasa nonverbal dinilai lebih jauh mewakili perasaan dan makna yang terkandung dalam setiap pesan seorang komunikan. Cara mengusap hidung, memuntir rambut, melambaikan tangan, senyum, menyilangkan kaki, penampilan fisik, cara berpakaian dan sebagainya mengungkapkan banyak hal tentang manusia. Perasaan seseorang juga dinyatakan dengan berbagai isyarat nonverbal. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan, kecuali rangsangan verbal di dalam suatu setting komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu yang memiliki nilai pesan potensial bagi komunikan dan komunikator (Mulyana 2007 : 343).

Alasan memilih prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 menjadi populasi penelitian, karena angkatan 2013 masih banyak yang berusia 20-23 tahun, dan disamping itu juga angkatan 2013 masih aktif dalam kampus (belum ada yang sarjana). Maka hal ini dapat juga memudahkan untuk melakukan penelitian. Mengingat angkatan-angkatan sebelumnya sudah tidak aktif dan tidak lengkap lagi. Alasan tidak memilih angkatan 2014, 2015 dan 2016 karena mahasiswa baru dan juga faktor usia yang sudah ditentukan oleh peneliti belum sesuai.

Body image dan perilaku komunikasi nonverbal merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan. Bagaiman hebatnya dari keseluruhan bentuk tubuh (Body image) seseorang tidak ada keterkaitan terhadap perilaku komunikasi nonverbal, maka dapat menciptakan suatu hasil yang tidak diinginkan, body image akan sangat berpengaruh pada keberhasilan suatu perilaku dalam komunikasi seperti komunikasi nonverbal.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Komunikasi menurut Mulyana (2005 : 41) pada dasarnya “hakikat komunikasi seseorang adalah proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurannya”. Komunikasi artinya pertama-tama adalah berbagi, kita berbagi dan saling bertukar minat, perasaan, pikiran, pendapat atau informasi dengan media rangkaian kode-kode, yang terbentuk sebagai sinyal dan simbol-simbol, yang dapat dimengerti dan dipergunakan oleh semua mitra komunikasi.

Definisi komunikasi telah dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (dalam Cangara 2008 : 19) melahirkan definisi baru yang menyatakan bahwa : “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membantu atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.

Selama proses komunikasi, berbagai kemampuan seperti kemampuan untuk memberikan perhatian, menatap atau mendengarkan, mampu menafsirkan apa yang dipahami dan termotifasi untuk merespon. Kemampuan-kemampuan ini mulai berkembang selama proses interaksi dan sebelum kode-kode disepakati bersama. kondisi-kondisi seperti kelaparan, perang, pelecehan seksual dan kriminalitas lainnya terjadi, proses interaksi dan komunikasi itu mungkin tidak dapat terbina atau dikembangkan lebih lanjut.

Menurut Shanon dan Weaver (dalam Arifin 1988 : 26) “Komunikasi menyangkut semua prosedur dimana pikiran seseorang bisa mempengaruhi orang lain”. Selanjutnya menurut Gode (dalam Arifin 1988 : 26) “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat adanya kebersamaan dan atau lebih orang yang semula dimonopoli oleh satu atau beberapa orang”. Komunikasi menurut Widjaja (2000 : 43) dalam bukunya Ilmu Komunikasi pengantar Studi menyatakan bahwa komunikasi akan efektif apabila memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :

1. Bila seseorang menyampaikan pesan

kepada orang lain dan orang lain itu memberikan respon.

2. Jika penerima pesan mengingatkan arti perilaku kedalam persepsinya.
3. Komunikator harus dapat mengetahui apa yang akan diperbuatnya seandainya ia sebagai komunikasi.
4. Adanya umpan balik secara verbal dan nonverbal.

Pernyataan dia atas dibenarkan oleh Canggara (2003 : 18) yang menyebutkan bahwa :

Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menhendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1). Membangun hubungan antara sesama manusia (2). Melalui pertukaran Informasi (3). Untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain dan (4). Serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Perilaku Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik. Komunikasi nonverbal adalah penting, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan. Komunikasi nonverbal juga merupakan kata yang sangat populer pada saat ini, setiap orang tampaknya tertarik pada pesan yang dikomunikasikan oleh gerakan tubuh, gerakan mata, ekspresi wajah, sosok tubuh, penggunaan jarak, ruang, kecepatan dan volume bicara bahkan juga keheningan.

Kita mempresepsikan manusia tidak hanya lewat komunikasi verbalnya, bagaimana bahasanya (halus, kasar, intelektual, berbahasa asing, dan sebagainya) namun juga melalui perilaku nonverbalnya, pentingnya pesan nonverbal ini, misalnya dilakukan frase, bukan apa yang ia katakan, melainkan bagaimana ia menatakannya lewat perilaku nonverbalnya, kita dapat mengetahui suasana emosional seseorang apakah ia sedang bahagia, bingung atau sedih dan lain sebagainya. (<http://one.indoskripsi.com/conten>)

Adapun pesan-pesan nonverbal yaitu sebagai berikut : (Liliweri,1994 :18)

1. **Pesan kinesik**, yaitu : pesan fasial, pesan gestural dan pesan postural.

A. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh makna, yaitu : kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemakuan, pengecaman, minat, ketagjuban dan tekad. Lethers menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut :

- (1). Wajah mengkomunikasikan penelitian dengan ekspresi senang tidak senang, yang menunjukkan apakah komunikator memang objek penelitiannya baik atau buruk.
 - (2). Wajah mengkomunikasikan berminat atau tidak berminat pada orang lain atau lingkungan.
 - (3). Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi.
 - (4). Wajah mengkomunkasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri, dan wajah barangkali mengkomunkasikan adanya atau kurang pengertian.
- B. Pesan bestural menunjukan gerakan sebagai anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna.
- C. Pesan gestural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan makna ynag dapat disampaikan ada-

lah :

- (1). **Immediacy** yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif.
- (2). **Power** yaitu mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda dan postur orang yang rendah.
- (3). **Responsiveness** yaitu individu dapat beraksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsive.
2. **Pesan paralinguistik** disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita menggunakan keakraban kita dengan orang lain.
3. **Pesan arti faktual** diungkapkan dengan penampilan tubuh, pakaian dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian dan kosmetik.
4. **Pesan paralinguistik** adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda.
5. **Pesan sentuhan dan bau-bauan**

suati perbedaan yang menonjol antara pesan verbal dan nonverbal adalah pesan verbal terpisah –pisah, sedangkan pesan nonverbal berkesinambungan. Artinya orang dapat mengawali dan mengakhiri pesan verbal kapan pun ia menghendaknya. Sedangkan pesan nonverbal tetap mengalir, sepanjang ada orang didekatnya. Jadi meskipun anda menutup saluran linguistik anda untuk berkomunikasi dengan menolak berbicara atau menulis, anda tidak mungkin menolak berperilaku nonverbal.

Body Image

Body image adalah sikap seseorang terhadap adap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang secara berkesinambungan dimodifikasi dengan pengalaman-pengalaman baru setiap individu Stuart dan Sundeen (dalam Keliat 1992 : 10). Body image berhubungan juga dengan kepribadian. Cara individu memandang diri mempunyai dampak yang penting pada aspek psikologisnya. Pandangan yang realistis terhadap diri, menerima dan mengukur bagian tubuh akan memberi rasa aman, sehingga terhindar dari rasa cemas dan meningkatkan harga diri (Keliat 1992 : 1). Banyak ahli memberikan pengertian yang berbeda-beda tentang body image, untuk membandingkan pengertian body image akan diberikan beberapa pengertian tentang body image.

Grogan (2008 : 116) menjelaskan bahwa body image adalah pendapat mental seseorang atau deskripsinya sendiri tentang penampilan fisiknya, itu juga melibatkan reaksi orang lain terhadap tubuh fisik orang itu berdasarkan apa yang dirasakan oleh orang tersebut. Persepsi body image diantara orang-orang dapat berkisar dari yang sangat negatif sampai ke positif. Seseorang yang memiliki body image yang rendah melihat tubuh mereka sebagai sesuatu yang tidak menarik bagi orang lain, sementara orang dengan body image yang baik memandang tubuh mereka sebagai sesuatu yang menarik bagi orang lain.

Perilaku Komunikasi

Perilaku seseorang dapat mengalami perubahan. Perilaku seseorang berkembang dan karenanya dapat pula berubah-ubah. Perubahan tersebut dapat disebabkan oleh pengalaman-pengalaman atau hal-hal yang baru yang diperoleh dari orang lain atau dari media massa. Perilaku perubahan individu terjadi karena apa yang lazim disebut dalam psikologi sosial sebagai pengaruh sosial. Analisis perilaku dalam setiap individu memerlukan pengetahuan tentang lingkungan yang menyebabkan tingkah laku, penerapan dan pengembangan strategi untuk mengubah perilaku dan bagaimana suatu strategi dapat merubah perilaku.

Pengertian perilaku adalah segala sesuatu yang dilakukan seseorang, seperti berfikir, marah, berbicara, berjalan dan lain sebagainya. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan. Dengan kata lain, perilaku pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Tujuan spesifik tidak selamanya diketahui dengan sadar oleh yang bersangkutan. Hersey & Blanch (2004:68) mengatakan dorongan yang memotivasi pola perilaku individu yang nyata dalam kadar tertentu berada dalam alam bawah sadar dalam.

Gould dan Kolb (dalam Sunarto 2011 : 79), perilaku komunikasi adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarkan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan. Perilaku komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku seseorang pada umumnya dimotivasi dengan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu.

METODE PENELITIAN

Tipe dan Dasar Penelitian

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif merupakan tipe penelitian yang menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin 2007 : 38). Oleh karena itu, penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis. Dalam penelitian ini menggunakan format eksplanatif, penelitian akan menjelaskan **“Hubunagn Antara Body image Dengan Perilaku Komunikasi Nonverbal, pada mahasiswa Fisip UNTAD, prodi ilmu komunikasi angkatan 2013”**.

Dasar Penelitian

Dasar penelitian dari penelitian ini adalah survei. Survei adalah pengamatan atau penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tetap terhadap suatu persoalan atau obyek tertentu, didaerah, kelompok, komunitas atau lokasi tertentu yang akan diteliti (Ruslan 2004:210). Metode survei memudahkan dan menguliti serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktik-praktik yang sedang berlangsung.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel,

Variabel Penelitian

Variabel merupakan konsep yang memiliki variasi nilai. Penentuan variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang telah ada, sehingga variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel ganda dimana terdapat variabel yang dependen dan yang independen. Variabel independen merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain yang dalam penelitian ini adalah body image dan variabel dependennya adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain (independen) yakni perilaku komunikasi nonverbal.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini batasan operasional

dari variabel-variabel penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, variabel X adalah body image, yaitu :
 - a. Ukuran tubuh yaitu ukuran dari keseluruhan tubuh dari responden apakah ia terlihat menarik atau tidak, seperti tinggi, pendek, gendut, dan sebagainya.
 - b. Bentuk fisik yaitu bentuk fisik responden secara keseluruhan sebagai persepsi dari diri, pikiran, dan perasaannya mengenai tubuhnya. Seperti cantik, putih, dan sebagainya.
 - c. Penampilan yaitu, penampilan yang ada pada responden yang dimulai dari cara berpakaian sampai tutur kata, sopan santun dan sebagainya.

Penilaian ini merupakan penilaian yang subjektif pada responden dan hal ini juga berkaitan dengan kepribadian mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 Fisip Untad.

2. Variabel Y yaitu Perilaku komunikasi nonverbal, yaitu :
 - a. Gerak tubuh yaitu gerak tubuh responden terhadap orang lain dimana berkenaan dengan keseluruhan anggota tubuh dan bagian-bagian tubuh responden yang terjadi secara spontan seperti mata dan tangan, dimana dengan gerakan tubuh responden dapat mengekspresikan berbagai macam makna yang ingin disampaikan kepada orang lain
 - b. Sikap yaitu berkenaan dengan perilaku, reaksi atau proses responden terhadap orang lain

yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau obyek. Sikap tidak dapat dilihat langsung tetapi hanya dapat di tafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup. Dalam kehidupan sehari-hari, sikap adalah merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus sosial.

- c. Kontak mata yaitu perilaku responden terhadap orang lain yang mana dengan kontak mata, responden dapat memberi tau orang lain apakah ia akan melakukan interaksi dengan orang itu atau tidak, dan juga, dapat memberi tau orang lain bagaimana perasaannya terhadap orang tersebut. Dengan kontak mata, responden dapat mengkomunikasikan perilakunya kepada orang lain.
- d. Ekspresi wajah yaitu hasil dari satu perilaku atau lebih gerakan atau posisi wajah seorang responden terhadap orang lain. Dimana dengan ekspresi wajah, responden dapat menyampaikan apa yang diinginkan dan tidak ia inginkan kepada orang lain. Paling sedikit sepuluh makna ekspresi yang responden lakukan. Seperti ditandai dengan mengkerutkan dahi dan mengangkat sebelah alis ketika marah kepada orang lain.
- e. Jarak yaitu batasan keakraban seorang responden terhadap orang lain, dimana dengan jarak responden dapat mengatur jarak keakrabannya dengan orang lain dengan faktor-faktor tertentu.
- f. Sentuhan yaitu sentuhan bisa berupa tamparan, pukulan,

cubitan, senggolan, tepukan, belaian, pelukan, jabat tangan hingga sentuhan lembut sekilas dari responden kepada orang lain tanpa kata-kata, Dengan sentuhanpun responden dapat berkomunikasi dengan orang lain.

Perilaku ini merupakan penilaian subjektif dan hal ini juga berkaitan dengan perilaku mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 Fisip Untad.

Penentuan Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kampus Universitas Tadulako Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik prodi ilmu komunikasi angkatan 2013.

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untad, prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 yang berusia 20-23 tahun, diambil berdasarkan jurusan dan angkatan yang mana ditemui sesuai kriteria dan populasi berjumlah 56 orang mahasiswa komunikasi angkatan 2013.

Tabel 1

Jumlah Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi

Angkatan 2013 FISIP UNTAD PALU

No	Angkatan	Jumlah
1.	2013	131

(Sumber hasil olah data primer 2015)

Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel dilakukan dengan cara “*Simpel Random Sampling*”. Adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Akan tetapi untuk menentukanya responden juga harus mempunyai kriteria tertentu, yakni responden yang termasuk dalam kelompok yang memiliki body image tertentu seperti cantik, ganteng, anggun, jelek dan lain-lain. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel akan dilakukan dengan menggunakan rumus Solvin (Kriantono 2006 : 160) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Dalam penelitian ini akan digunakan kelonggaran yaitu 10% berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan dari hasil perhitungan sebagai berikut :Jadi, sampel yang akan

$$\begin{aligned} n &= \frac{131}{1 + (131) (10\%)^2} \\ n &= \frac{131}{1 + (131) (0,01)} \\ n &= \frac{131}{1 + 1,31} \\ n &= \frac{131}{2,31} \\ n &= 56 \text{ orang} \end{aligned}$$

digunakan adalah mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 sebanyak 56 (lima puluh enam) orang.

Jenis Data Dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di himpun secara langsung dari sumber dan diolah sendiri oleh peneliti untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2004:138). Data primer yang akan digunakan dalam pe-

nelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung, tetapi melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Ruslan, 2004:138).

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan tehnik pengumpulan data yang pertama kali dilakukan untuk mengetahui secara langsung kondisi lapangan.

b. Questioner

Quesioner merupakan serangkaian pertanyaan atau daftar pertanyaan yang tersusun secara sistematis yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan penelitian. Tujuan penyebaran questioner adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai masalah penelitian. Dalam penelitian ini, questioner akan disebarakan kepada mahasiswa Fisip Untad prodi ilmu komunikasi angkatan 2013.

Pengukuran Instrumen Penelitian

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap/perilaku seseorang tentang suatu objek tertentu. Untuk keperluan analisis kualitatif, maka setiap jawaban akan dieri skor yaitu :

4 = Sangat Setuju

3 = Setuju

2 = Kurang Setuju

1 = Tidak Setuju

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis hubungan untuk mengetahui derajat hubungan diantara variabel-variabel penelitian. Untuk mengetahui ada tidaknya suatu hubungan maka dilakukan pengujian hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini dibuktikan dengan hasil oservasi, yaitu dimana metode analisis penelitian kuantitatif adalah melalui hasil perhitungan angka-angka statistik dengan alat statistik. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis *Korelasi pearson product moment*. Digunakan-nya analisis ini karena dianggap relevan untuk menyelesaikan permasalahan yang diajukan yaitu untuk menganalisis hubungan variabel *independen* (bebas) dengan variabel *dependen* (terikat).

Adapun rumus *Kortelasi Pearson Product Moment* menurut (Sunarto,2009 : 80) yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

r : Koefisien *korelasi product moment*

N : Jumlah individu dalam sampel

X : Angka mentah untuk variabel X

Y : Angka mentah untuk variabel Y

Adapaun pedoman untuk memberikan interpertasi koefisien korelasi Nilai r akan dikonsultasikan dengan tebal *korelasi product moment* yaitu sebagai berikut :

Tabel 2 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interfal Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang

0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sunarto 2009 : 81).

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan cara langsung dikonsultasikan pada tabel *r Product Moment* dengan ketentuan :

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak

$r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Identitas para responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (UNTAD) prodi ilmu komunikasi angkatan 2013. Responden pada penelitian ini berjumlah 56 orang mahasiswa-mahasiswi, berdasarkan metode stratified random sampling, yaitu penelitian ini adalah penelitian eksplanatif dengan mencangkup pada keseluruhan mahasiswa FISIP UNTAD prodi ilmu komunikasi angkatan 2013. Adapun distribusi penentuan responden tersebut dari prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 ini yaitu berjumlah 131 orang mahasiswa. Dari keseluruhannya yang berjumlah 56 orang responden.

Untuk lebih jelasnya distribusi responden berdasarkan angkatan, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan dan Kelas

No	Jurusan	Kelas	F	%
1.	2013	A	14	25%
2.	2013	B	14	25%
3.	2013	C	14	25%
4.	2013	D	14	25%
56				100

(Sumber hasil olah data primer 2015)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, menunjuk-

kan bahwa jumlah responden untuk prodi ilmu komunikasi angkatan 2013 kelas A,B,C dan D adalah sebanyak 14 orang atau 25 % responden. Selanjutnya jika ditinjau berdasarkan jenis kelamin, maka responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 20 orang dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 36 orang. Jumlah menunjukkan presentase antara laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini menunjukkan angka presentase yang tidak terlalu tinggi, yaitu :

Tabel 4 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	F	%
1.	Laki-laki	20	35.7%
2.	perempuan	36	64.3%
	Jumlah	56	100%

(Sumber hasil olah data primer 2015)

Jika ditinjau berdasarkan usia, maka responden laki-laki berjumlah 20 orang dan perempuan 36 orang, tapi jika dilihat dari distribusi responden berdasarkan usia, maka yang berumur 20-21 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau sebesar 33.2%, dan 22- 23 tahun yaitu 38 orang atau sebesar 67.8%, dengan sangat jelas maka distribusi berdasarkan usia lebih besar yang berumur 22-23 tahun yaitu 38 orang atau sebesar 67,8%. untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	F	%
1.	20-21 Tahun	18	33.2%
2.	22-23 Tahun	38	67.8%
	Jumlah	56	100

(Sumber hasil olah data primer 2015)

Hasil Analisa Data Statistik

Variabel body image (X)

Variabel body image (X) merupakan salah satu faktor situasional yang mempengaruhi komunikasi nonverbal. Dalam penelitian ini di-

gunakan dua indikator untuk mengukur body image dan perilaku komunikasi nonverbal. Adapun variabel tersebut adalah hubungan antara body image dan perilaku komunikasi nonverbal. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang terdiri dari tiga belas item pertanyaan yang diajukan didapatkan jawaban responden yang bervariasi.

Selanjutnya variabel body image (X) beserta tiga belas item pertanyaan akan dideskripsikan dan diinterpretasikan dengan mengacu pada nilai presentase frekuensi dan skors yang diperoleh dari hasil tabulasi jawaban responden. Skors jawaban responden tersebut dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 6 Skor Frekuensi Variabel Body Image (X)

No.	Skor Frekuensi Jawaban Responden (X)													Σ
Item	SS	%	Skor	S	%	Skor	KS	%	Skor	TK	%	Skor	N	Skor
1.	6	10	24	31	55	93	18	32	36	1	2	1	56	154
2.	6	10	24	26	46	78	22	39	44	2	3	2	56	148
3.	15	26	60	25	44	75	13	23	26	3	5	3	56	164
4.	9	16	36	20	35	60	18	32	36	9	16	9	56	141
5.	5	8	20	20	35	60	28	41	56	3	5	3	56	139
6.	5	8	20	33	58	99	15	26	30	3	5	3	56	152
7.	18	32	72	24	42	72	10	17	20	4	7	4	56	168
8.	9	16	36	9	16	27	24	42	48	14	32	14	56	125
9.	5	8	20	18	32	54	23	41	46	11	19	11	56	131
10.	3	5	12	11	19	33	26	46	52	15	30	15	56	112
11.	4	7	16	28	50	84	14	25	28	10	17	10	56	138
12.	8	14	32	29	51	116	16	28	32	3	5	3	56	183
13.	4	7	16	22	39	66	15	26	30	15	26	15	56	127
Jumlah														1882

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas, dapat dijelaskan bahwa item pertanyaan yang mempunyai total skor tertinggi adalah item pertanyaan No. 12 yaitu *Apakah ukuran tubuh anda sudah sangat menarik menurut anda*, dengan jumlah total skor sebesar 183. Terdapat 8 (14%) responden nilai skor 32 yang menyatakan sangat setuju, 29 (51%) responden dengan nilai skor 116 yang menyatakan setuju, 16 (28%) responden dengan nilai responden 32 yang menyatakan

kurang setuju, dan 4 (7%) responden dengan nilai skor 4 yang menyatakan tidak setuju.

Item pertanyaan yang mempunyai total skor terendah oleh responden adalah pertanyaan No 10 yaitu *Apakah anda orang yang cenderung selalu memperhatikan penampilan*, dengan jumlah total skor 94. Terdapat 3 (5%) responden dengan nilai skor 12 yang menyatakan sangat setuju, 11 (19%) respon dengan nilai skor 33 yang menyatakan setuju, 26 (46%) respon dengan nilai skor 52 yang menyatakan kurang setuju, dan 15 (30%) responden dengan nilai skor 15 yang menyatakan tidak setuju.

Variabel Perilaku Komunikasi Nonverbal (Y)

Variabel komunikasi nonverbal adalah salah satu hal yang dapat dibentuk dan dipengaruhi oleh setiap individu secara tidak langsung yaitu komunikasi bahasa tubuh atau biasa disebut dengan gerakan tubuh (komunikasi nonverbal). Berdasarkan hasil kuisioner yang terkumpul sebanyak 12 item pertanyaan yang diajukan, semua responden memberikan pendapat dengan skor

penelitian yang tidak jauh berbeda.

Selanjutnya variabel perilaku komunikasi beserta dua belas item pertanyaan akan dideskripsikan dan diinterpretasikan dengan mengacu pada nilai presentase dan skor yang diperoleh dari hasil tabulasi jawaban responden. Sskor jawaban responden tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 7 Skor Vrekuensi Variabel Komunikasi Nonverbal (Y)

No Item	Skor Frekuensi Jawaban Responden													Σ
	SS	%	Skor	S	%	Skor	KS	%	Skor	TS	%	Skor	N	Skor
14.	8	14	32	34	60	102	11	19	22	3	5	3	56	159
15.	4	7	16	17	30	51	25	44	50	10	17	10	56	127
16.	8	14	32	19	33	57	27	48	54	2	3	2	56	145
17.	5	8	20	31	55	93	19	33	38	1	1	1	56	152
18.	26	46	104	21	37	63	8	14	16	1	1	1	56	184
19.	10	17	40	35	62	105	6	10	12	5	7	5		162
20.	16	28	64	30	53	90	7	12	14	3	5	3	56	171
21.	7	12	28	27	48	81	16	28	32	6	10	6	56	147
22.	6	10	24	35	62	105	12	21	24	3	5	3	56	156
23.	10	17	40	34	60	102	10	17	20	2	3	2	56	164
24.	9	16	36	23	41	69	15	26	30	9	16	9	56	144
25.	8	14	32	28	39	84	17	30	34	3	5	3	56	153
Jumlah														1864

(Sumber : Data primer yang di olah tahun 2015)

Bedasarkan gambar 4.5 di atas, bahwa item pertanyaan yang mempunyai skor tertinggi adalah item pertanyaan No. 18 *yaitu dengan gerakan tubuh anda dapat mengekspresikan diri anda kepada teman anda*, dengan jumlah total skor 184. Terdapat 26 (46%) responden dengan nilai skor 104 yang menyatakan sangat setuju, 21 (37%) responden dengan nilai skor 63 yang menyatakan setuju, 8 (14%) responden dengan nilai skor 16 yang menyatakan kurang setuju, dan 1 (1%) responden dengan nilai skor 1 yang menyatakan tidak setuju. Item pertanyaan yang mempunyai skor pertanyaan terendah oleh responden adalah item pertanyaan No. 15, *Dengan sikap anda, anda dapat memberikan pesan ketidaksukaan anda kepada teman anda*, dengan jumlah total skor sebesar 127. Terdapat 4 (7%) responden

dengan nilai skor 16 yang menyatakan sangat setuju, 17 (30%) responden dengan nilai skor 51 yang menyatakan setuju, 25 (44%) responden dengan nilai skor 50 yang menyatakan kurang setuju, dan 10 (7%) responden dengan nilai skor 10 yang menyatakan bahwa tidak setuju.

ANALISIS DATA

Analisis Korelasi Pearson's Product Moment

Untuk menguji hubungan antara masing-masing variabel body image dan komunikasi nonverbal, maka penelitian ini menggunakan uji hubungan (asosiasi) dengan rumus *Korelasi Pearson's Product Moment* dengan rumus sebagai berikut (Riduwan : 2004 : 217) :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

: Koefisien Korelasi Pearson's Product Moment

n : Jumlah sampel

ΣX : Jumlah skor item

: Jumlah skor total

ΣXY : jumlah perkalian skor item dengan skor total

: Jumlah kuadrat skor item

: Jumlah kuadrat skor total

Membandingkan hasil perhitungan dengan angka kritis tabel korelasi nilai r dengan nilai signifikan sebesar 5%, dengan asumsi sebagai berikut :

- Korelasi dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
- Korelasi dianggap tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Menurut Ridwan (2004 : 2014) untuk dapat memberi penafsiran akan besar atau kecil hubungan terhadap koefisien korelasi yang telah dihitung dapat berpedoman pada ketentuan-ketentuan seperti yang tercantum pada tabel berikut.

Tabel 8 Interpretasi Koefisien

Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Ridwan, 2004 : 218)

Untuk mengikuti koefisien *Korelasi Pearson's Product Moment* maka diperlukan tabel penolong untuk mempermudah dalam perhitungan, dengan ringkasan sebagai berikut :

Tabel 9 Ringkasan statistik X dengan Y

Simbol Statistik	Nilai Statistik
N	56
ΣX	1850
ΣY	1911
ΣX^2	61771

ΣY^2	34875
ΣXY	62170

(Sumber : data primer yang diolah tahun 2015)

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{56(62170) - (1850)(1911)}{\sqrt{[56(61771) - (1850)^2][56(34875) - (1911)^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{3481520 - 353530}{\sqrt{(34594616 - 3422500)(1953000 - 3815656441)}}$$

$$r_{xy} = \frac{3127990}{\sqrt{(31172116)(-3813703441)}}$$

$$r_{xy} = \frac{3127990}{\sqrt{-1.188812.050}}$$

$$r_{xy} = \frac{34.479.15384}{3127990}$$

$$r_{xy} = 0,907$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai r_{hitung} sebesar 0,907. Sedangkan nilai r_{tabel} N adalah 56 yaitu ada pada tabel korelasi nilai r .

Dari perhitungan di atas maka diperoleh nilai tabel dari ringkasan statistik X dengan Y yaitu sebesar 0,907, dengan demikian untuk nilai yang diperoleh korelasi dianggap valid karena menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau r_{hitung} 0,907 sedangkan nilai r_{tabel} 56 item yaitu sebesar 0,259. Maka hal ini menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,907 > 0,259$. dengan demikian korelasinya dinyatakan signifikan atau valid, dimana hipotesis nol (H_a) diterima dan hipotesis (H_0) ditolak. Jadi, terdapat hubungan antara perilaku komunikasi nonverbal (X) terhadap body image (Y) pada mahasiswa FISIP UNTAD prodi ilmu komunikasi angkatan 2013.

Artinya kedua variabel X dan Y mempunyai hubungan yaitu apabila variabel X memiliki nilai yang cenderung naik, maka variabel Y pun akan cenderung naik juga, begitupun sebaliknya. Maka variabel independen yaitu body image terbukti berhubungan signifikan dengan variabel dependen yaitu perilaku komunikasi nonverbal, studi pada mahasiswa FISIP UNTAD prodi ilmu komunikasi angkatan 2013.

PEMBAHASAN

Body Image

Body image yang dimaksud dalam konteks ini adalah pikiran, perasaan dan sikap seseorang mengenai tubuhnya dan pandangannya tentang bagaimana orang lain menilai tubuhnya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, biologis, historis, sosiokultural dan faktor-faktor individual. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Surya (2009 : 68) seseorang akan percaya diri ketika orang tersebut menyadari bentuk tubuhnya sangat ideal dan orang tersebut merasa puas melihat bentuk tubuhnya, maka body image yang terbentuk pun menjadi positif.

Setiap individu mempunyai body image yang ideal seperti yang diungkap Burn (1993 : 197) bahwa body image (citra tubuh) yang ideal ini didasarkan pada norma-norma budaya dan stereotip-stereotip yang dipelajari. Semakin mendekati kecocokan di antara body image yang telah ada dan yang ideal dipegang oleh seorang individu maka semakin besar kemungkinannya orang tersebut akan menunjukkan secara umum perasaan harga diri yang tinggi begitu pula akan merasa positif tentang penampilannya.

Oleh sebab itu, maka terbukti dari hasil perhitungan rumus *Korelasi Pearson's Product Moment* dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,907. Artinya terdapat hubungan antara variabel body image (X) dengan variabel perilaku komunikasi nonverbal (Y) dengan tingkat hubungan yang sangat tinggi. Artinya kedua variabel X dan Y mempunyai hubungan kuat, apabila variabel X memiliki nilai yang cenderung naik, maka variabel Y pun akan cenderung naik pula. Hal ini juga didasarkan pada pendapat Sugiyono (2009 : 184) bahwa kisaran antara angka 0,80-1,000 mempunyai hubungan yang sangat kuat atau tinggi. Dengan demikian, dalam penelitian ini sangat jelas bahwa terdapat hubungan keterkaitan, yaitu hubungan yang sangat kuat antara body image terhadap perilaku komunikasi nonverbal, pada mahasiswa Fisip Untad prodi ilmu komunikasi angkatan 2013.

Perilaku Komunikasi Nonverbal

Perilaku komunikasi nonverbal yang dimaksud dalam konteks ini adalah perilaku komunikasi nonverbal dimana pesan disampaikan

tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan gerak tubuh, sikap, kontak mata, ekspresi wajah, jarak dan sentuhan. Dimana Perilaku-perilaku tersebut memiliki arti dan makna tersendiri dalam komunikasi nonverbal, menurut Para ahli di bidang ilmu komunikasi, bahwasanya orang-orang lebih banyak memilih menggunakan bahasa isyarat (bahasa nonverbal) dibandingkan dengan menggunakan kata-kata (bahasa verbal). Karena bahasa nonverbal dinilai lebih jauh mewakili perasaan dan makna yang terkandung dalam setiap perilaku seorang komunikan. Dengan cara mengekspresikan wajah, sikap, gerak tubuh, jarak, sentuhan dan kontak mata mengungkapkan banyak hal tentang Anda.

Berdasarkan pada tabel 4.5 mengenai perilaku komunikasi nonverbal diatas, dapat dilihat bahwa terdapat hubungan antara body image dan perilaku komunikasi nonverbal, pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2013. Dikatakan memiliki hubungan yang sangat kuat, mengapa dikatakan demikian karenan mahasiswa menyatakan bahwa mereka cenderung memahami ketika ada seorang teman yang menggunakan bahasa isyarat (komunikasi nonverbal) kepada mereka, hal ini terkait dengan apa yang telah disebutkan diatas tentang alasan orang menggunakan bahasa isyarat (nonverbal).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Variabel independen dalam penelitian ini yakni variabel hubungan antara body image dengan dependen terhadap perilaku komunikasi nonverbal pada mahasiswa Fisip Untad, prodi ilmu komunikasi angkatan 2013, yaitu dalam hal ini, dilihat apakah ada hubungan antara body image terhadap perilaku komunikasi nonverbal pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2013. Diperoleh dengan hasil nilai r_{hitung} sebesar 0.907, sementara r_{tabel} 56 (0,259). Hal ini menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau 0,907 > 0,259.

Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus *Korelasi pearson's Product Moment (r)*, dianggap valid yaitu terdapat hubungan, dimana H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi terdapat hubungan antara body image (X)

dan perilaku komunikasi nonverbal (Y) terhadap mahasiswa Fisip Untad, prodi ilmu komunikasi angkatan 2013. Maka terdapat hubungan dengan hasil yang diperoleh yaitu nilai r_{hitung} r_{tabel} atau 0,907 0,259.

Saran

- 1). Dengan terbuktinya ada hubungan (ko-relasi) antara variabel X yaitu body image dengan variabel Y yaitu perilaku komunikasi nonverbal, studi pada (mahasiswa FISIP UNTAD, prodi ilmu komunikasi angkatan 2013), maka diharapkan rekan-rekan mahasiswa mampu memaknai hal ini dengan bijak untuk dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
- 2). Hasil penelitian ini hendaknya dapat dijadikan sebagai salah satu pelajaran bagi akademisi, dan pihak peneliti lainnya yang berhubungan dengan masalah body image dan perilaku komunikasi nonverbal.
- 3). Bagi peneliti yang tertarik dengan penelitian ini dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan penelitian yang lebih mendalam terkait body image dan perilaku komunikasi nonverbal. Dengan penelitian ini, semoga peneliti dapat mengembangkan lebih lanjut lagi dengan menggunakan sumber dan literatur yang ada seperti buku-buku ilmiah, internet, artikel-artikel dan sebagainya yang terkait dengan penelitian ini.

